

**PUSAT PEMASARAN TANAMAN HIAS DI DESA WANAR
KECAMATAN PUCUK KABUPATEN LAMONGAN
DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR KONTEMPORER**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik**

Oleh :

AHMED GHAFFAR AFSARI

D 300 140 079

**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PUSAT PEMASARAN TANAMAN HIAS DI DESA WANAR
KECAMATAN PUCUK KABUPATEN LAMONGAN
DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR KONTEMPORER**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

AHMED GHAFFAR AFSARI

NIM D 300 140 079

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Wisnu Setiawan, S.T., M.Arch, Ph.D.

NIK 880

HALAMAN PENGESAHAN

**PUSAT PEMASARAN TANAMAN HIAS DI DESA WANAR
KECAMATAN PUCUK KABUPATEN LAMONGAN
DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR KONTEMPORER**

OLEH

AHMED GHAFAR AFSARI

NIM D 300 140 079

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 5 Juli 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

1. Wisnu Setiawan, S.T., M.Arch, Ph.D. (.....) 
(Ketua Dewan Penguji)
2. Suryaning Setyowati, ST, MT. (.....) 
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Ir. Dhani Mutiari, MT. (.....) 
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan Fakultas Teknik



Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM
NIK 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Juli 2018

Penulis



AHMED GHAFFAR AFSARI

NIM D 300 140 079

**PUSAT PEMASARAN TANAMAN HIAS DI DESA WANAR
KECAMATAN PUCUK KABUPATEN LAMONGAN
DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR KONTEMPORER**

Abstrak

Desa Wanar merupakan salah satu desa di Kabupaten Lamongan yang memiliki potensi tetapi kurang berkembang. Potensi yang dimiliki desa ini adalah terdapat banyak pengrajin tanaman hias dan penyedia jasa pembuatan taman. Akan tetapi pertumbuhannya tidak mengalami perubahan yang signifikan, dikarenakan cara pemasaran yang kurang tepat yakni dengan mendatangi tempat-tempat yang membutuhkan jasa tersebut. Maka dari itu dibutuhkanlah suatu tempat yang dapat memiliki daya tarik untuk masyarakat umum untuk datang ke Desa Wanar ini berupa pusat pemasaran. Persoalan desainnya adalah Bagaimana mendesain kawasan pusat pemasaran yang juga dapat menjadi faktor penarik bagi pengunjung untuk datang ke desa Wanar dengan pendekatan arsitektur kontemporer. Tujuan dari perancangan ini adalah: (1) Konsep perancangan kawasan pusat pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat umum untuk datang ke desa Wanar, sehingga bisa menjadi media promosi bagi para pengrajin tanaman hias untuk memamerkan hasil karyanya. (2) Konsep perancangan bangunan pusat pemasaran yang mempermudah penjualan dan pemasaran. (3) Konsep perancangan bangunan pusat pemasaran dengan gaya kontemporer. Metode yang digunakan adalah metode perancangan arsitektur dengan pendekatan arsitektur kontemporer. Hasil yang diperoleh adalah: (1) Desain kawasan pemasaran yang terbagi menjadi area display dan penjualan. Area display mencakup taman yang menjadi display tanaman hias dan ruang display yang menampilkan hasil dari jasa pembuatan taman. (2) Desain bangunan pusat pemasaran yang menjadi tempat perantara untuk memasarkan dan menjual tanaman hias. (3) Desain pusat pemasaran dengan pendekatan arsitektur kontemporer.

Kata kunci: Pusat pemasaran, tanaman hias, taman, pemasaran, arsitektur kontemporer

Abstract

Wanar Village is one of the villages in Lamongan Regency that has potential but less developed. The potential of this village is that there are many decorative planters and garden service providers. But the growth did not change significantly, due to lack of proper marketing ploy that is by going to the places that need the service. Therefore it is needed a place that can have the attraction for the general public to come to this Wanar Village in the form of a marketing center. The design issue is How to design a marketing center area which can also be a towing factor for visitors to come to Wanar village with contemporary architectural approach. The purpose of this design is: (1) The concept of designing a central marketing area that can attract public interest to come to

Wanar village, so it can be a promotional media for the ornamental plant craftsmen to show off his work. (2) The concept of designing a marketing center that simplifies sales and marketing. (3) The concept of marketing center building design with contemporary style. The method used is architecture design method with contemporary architectural approach. The results obtained are: (1) The design of the marketing area becomes the display and sales area. The display area includes a garden that houses ornamental plants and display spaces that show the results of garden-making services. (2) Design of a marketing center building that serves as an intermediary to market and sell ornamental plants. (3) Design a marketing center with a contemporary architectural approach.

Keywords: *Marketing center, ornamental plants, parks, marketing, contemporary architecture*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada tahun 2017 sektor pariwisata indonesia telah mencatat pertumbuhan sebesar 25,68 % dalam periode waktu 2016-2017 (Nur, 2017). Salah satu daerah yang menyumbang pertumbuhan wisata adalah provinsi Jawa Timur (Tri, 2017). Di Jawa Timur sendiri, daerah yang pariwisatanya sudah berkembang meliputi: Malang, Jombang dan Batu. Sedangkan daerah yang mulai mengembangkan sektor pariwisata mencakup Banyuwangi, Pacitan, Jember, Gersik, Lamongan dan yang lainnya.

Secara umum Kabupaten Lamongan mempunyai potensi besar di sektor pariwisata (Pemerintah Kabupaten Lamongan, 2012). Salah satu indikator adalah keberadaan objek wisata pantai, wisata religi, wisata alam, serta wisata pedesaan. Akan tetapi untuk wisata pedesaan kurang begitu berkembang, padahal banyak desa yang memiliki potensi-potensi yang dapat digunakan sebagai desa wisata.

Salah satu desa itu adalah desa Wanar, yang mana menurut Mahzumi (salah satu pengerajin tanaman hias), desa ini memiliki 22 pengrajin tanaman hias. Yang mana hasil tanaman hiasnya sudah sampai ke kota kota besar. Bukan hanya tanaman hias, banyak juga dari warganya yang membuka jasa pembuatan taman, sebanyak 45 orang. Dengan banyaknya pengalaman bekerja di perkotaan, hal ini mengubah pola pikir warga dalam hal arsitektur ketika merenovasi rumah mereka (Paris, Wawancara, 16 Februari 2018).

Dengan berubahnya pola berfikir tersebut, bukan berarti menandakan pertumbuhan ekonomi di bidang tanaman hias menanjak tinggi, melainkan sebaliknya, hal itu dikarenakan cara pemasaran dari seluruh pengrajin taman yang masih dengan cara lama (Misbah, wawancara, 15 Februari, 2018), yakni dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain untuk menjajahkan jasa pembuatan taman, hal ini juga berdampak pada penjualan tanaman hias yang hanya tergantung dari pesanan para pengrajin taman.

Berdasarkan kondisi di atas, dibutuhkan suatu alternatif untuk dapat menjadi faktor penarik minat masyarakat untuk datang ke Desa Wanar ini dan juga cara untuk memasarkan hasil tanaman hias maupun jasa pengrajin taman. Sehingga diharapkan dengan alternatif-alternatif tersebut dapat meningkatkan sumber daya manusia yang ada di desa Wanar ini terutama dalam hal perekonomian. Di sisi lain juga dibutuhkan suatu usulan desain yang sesuai dengan pola fikir warga tentang bangunan yakni arsitektur kontemporer.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah "Bagaimana mendesain kawasan pusat pemasaran yang juga dapat menjadi faktor penarik bagi pengunjung untuk datang ke desa Wanar dengan pendekatan arsitektur kontemporer ?"

1.3. Tujuan

Adapun tujuan dari tugas akhir studio konsep perancangan arsitektur bangunan pusat pemasaran taman dan tanaman hias di desa Wanar ini antara lain:

- a. Konsep perancangan kawasan pusat pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat umum untuk datang ke desa Wanar, sehingga bisa menjadi media promosi bagi para pengrajin tanaman hias untuk memamerkan hasil karyanya.
- b. Konsep perancangan bangunan pusat pemasaran yang mempermudah penjualan dan pemasaran.
- c. Konsep perancangan bangunan pusat pemasaran dengan gaya kontemporer

2. METODE

Metode penulisan yang dilakukan adalah mengadakan pengumpulan data melalui analisis sintesis, dimana data yang dianalisis disatukan kembali untuk disintesis. Kemudian hasil dari analisis-analisis tersebut dilakukan sebuah pendekatan yang menjadi dasar pedoman untuk penyusunan konsep program perencanaan dan perancangan. Adapun tahapan-tahapan yg dilakukan yaitu:

- Mengidentifikasi permasalahan yang muncul dalam proses perencanaan dan perancangan.
- Menganalisa permasalahan berdasarkan data primer dan sekunder serta menyimpulkannya yang digunakan sebagai alternatif pemecahan.
- Mengadakan pendekatan-pendekatan untuk mendapatkan solusi dan merumuskan hasil-hasil kedalam suatu rumusan konsep perancangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data Lokasi

Desa Wanar berada di kecamatan Pucuk kabupaten Lamongan provinsi Jawa Timur. Dengan posisi desa pada kabupaten sebagai berikut (Peta Kota, 2017):



Gambar 1 Lokasi desa Wanar Pada kabupaten Lamongan
Sumber: <http://peta-kota.blogspot.com>

Dengan fungsi lahan sebagai berikut:



Gambar 2 Fungsi Lahan Desa Wanar
Sumber: Dokumentasi Penulis (2018)

Sedangkan peta penyebaran stan tanaman hias adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Peta Persebaran stan tanaman hias
Sumber: Dokumentasi Penulis (2018)

3.2 Konsep Perencanaan dan Perancangan

3.2.1 Perancangan kawasan pusat pemasaran

Secara garis besar zonasi pada kawasan ini terbagi menjadi dua yaitu zona display dan zona penjualan. Zona display berisi pusat pemasaran dan taman, yang mana taman berfungsi sebagai display langsung, sehingga pengunjung dapat membayangkan, jika membeli tanaman hias akan tau dimana meletakkannya. Zona penjualan terbagi menjadi dua yakni zona penjualan tanaman hias kecil dan zona penjualan tanaman hias besar. Tanaman hias kecil dijual di area depan karena dapat langsung dibawa pengunjung ketika membelinya. Sedangkan tanaman hias besar berada di pemukiman warga karena membutuhkan space ketika melakukan bongkar muat untuk pengiriman sehingga tidak mengganggu sirkulasi jalan.

a. Konsep zona display

Zona ini berupa taman yang berada di dalam site dan tepi jalan dari gapura desa sampai masuk ke area pemukiman.



Gambar 4 Taman air sebagai display
Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018

b. Konsep zona penjualan Tanaman hias kecil

Zona penjualan terbagi menjadi dua, yaitu zona tanaman hias kecil dan tanaman hias besar. Yang mana pada zona tanaman hias kecil berisi stan-stan yang berada di sepanjang jalan pada bagian barat desa.



Gambar 5 Stan penjualan tanaman hias kecil
Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018

c. Zona penjualan Tanaman hias besar

Area ini tersebar di seluruh desa dengan menyediakan akses kepada pengunjung untuk beraktifitas di dalam desa, berupa fasilitas parkir pada area area tertentu.

3.2.2 Perancangan bangunan pusat pemasaran yang mempermudah penjualan dan pemasaran.

Untuk dapat mempermudah penjualan dan pemasaran, area dibagi menjadi 3, yaitu:

a. Pusat pemasaran

Pusat pemasaran berisikan taman dan bangunan pemasaran. Taman digunakan untuk mendisplay tanaman hias yang dibuat oleh para pengrajin, sedangkan bangunannya digunakan untuk melakukan transaksi penjualan bagi pengunjung yang tidak berkenan membeli langsung ke para pengrajin. Di area ini juga disediakan coffee shop dan rumah makan, yang juga dapat digunakan sebagai tempat berdiskusi antara konsumen dan juga penyedia jasa pembuatan taman.

b. Area Penjualan Tanaman kecil

Area penjualan ini berupa stan stan yang disewakan kepada pada warga yang memiliki tanaman hias di rumahnya. Yang mana ketika tanaman hias yang mereka budidayakan sudah siap jual, maka mereka akan pindahkan ke stan yang sudah disediakan di area penjualan.

c. Area Penjualan tanaman besar

Tempat stannya tetap berada di lahan warga masing-masing. Ketika ada konsumen yang membeli tanaman mereka, maka tanamannya akan diantarkan langsung ke rumah konsumen dengan menggunakan mobil pick up.

3.3.3 Perancangan bangunan pusat pemasaran dengan gaya kontemporer

Gaya kontemporer memiliki beberapa ciri dan prinsip (Schirmbek, 1993), yang dapat diterapkan pada pusat pemasaran, antara lain:

a. Bangunan yang kokoh

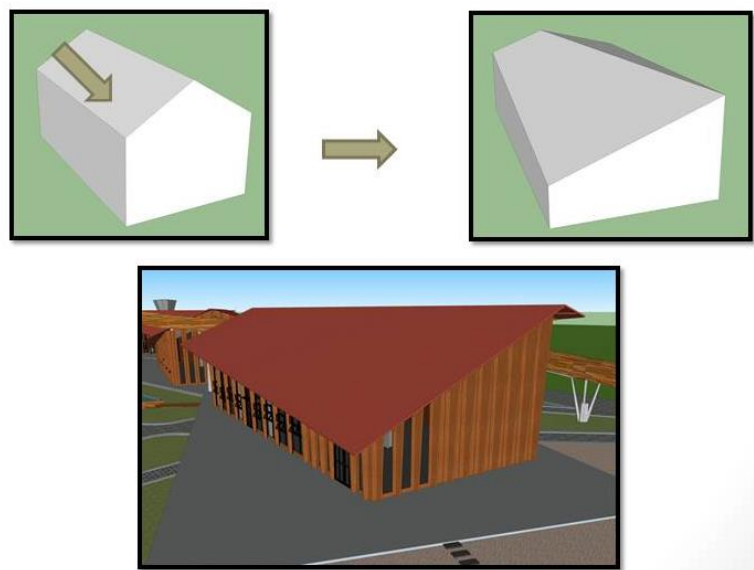
Untuk memberikan kesan yang kokoh, maka pada bangunan ini akan memiliki garis garis yang tegas pada eksterior bangunan



Gambar 6 Bangunan pusat pemassaran
Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018

b. Gubahan yang ekspresif dan dinamis

Gubahan massa mengekspresikan rata rata bentuk bangunan yang ada di disa yaitu beratap pelana, kemudian melakukan eksplorasi bentuk dengan menekan salah satu sisi atap



Gambar 7 Gubahan masa
Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018

c. Konsep ruang terkesan terbuka

Akan ada banyak bukaan yang menghadap ke arah taman, guna untuk menampilkan keindahan taman ke pengunjung yang berada di dalam bangunan.

d. Harmonisasi ruangan yang menyatu dengan ruang luar

Bangunan ini langsung terhubung dengan taman tanpa adanya penghalang, karena lokasi parkir berada di belakang bangunan.

e. Memiliki fasad transparan

Dari poin C dan D, maka akan memberikan fasad dari bangunan menjadi transparan karena banyaknya bukaan pada bangunan



Gambar 8 Fasad bangunan
Sumber: Dokumentasi Penulis. 2018

f. Kenyamanan Hakiki

Memberikan kenyamanan bagi pengunjung ketika berada di area pusat pemasaran, mulai dari nyaman ketika berjalan jalan di taman dengan banyaknya pohon yang ada di taman, sampai nyaman ketika menyebrang dari satu sisi ke sisi yang lain dengan adanya jembatan penyebrangan.

g. Eksplorasi elemen lansekap area yang berstruktur.

Site yang sebagian besar dan yang lebih ditampilkan adalah taman, yang mana menampilkan taman tematik

Tabel 1 Daftar taman tematik

Taman	Gambar
Taman kering	

Taman palm





Taman air I



Taman minimalis I



Taman minimalis II	
Taman air II	

4. PENUTUP

Dari hasil dari analisis dan pembahasan pada tugas akhir ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Zonasi kawasan dibagi menjadi dua, yaitu zona display dan zona penjualan. Zona display bersisi taman yang digunakan sebagai display tanaman hias dan bangunan pusat pemasaran yang berfungsi sebagai display hasil taman dan tempat untuk melakukan transaksi penjualan
- Terdapat dua bangunan utama yang difungsikan sebagai pusat pemasaran dan sekretariat. Yang mana pusat pemasaran untuk display dan penjualan dan sekretariat untuk kegiatan komunitas pengrajin. Terdapat juga bangunan pendukung berupa *coffee shop* dan rumah makan yang juga dapat difungsikan sebagai tempat berdiskusi bagi konsumen dan pengrajin

- c. Menerapkan prinsip-prinsip arsitektur kontemporer menurut Egon Schirmbeck pada bangunan dan kawasan (Schirmbek, 1993), yang meliputi; Bangunan yang kokoh, Gubahan yang ekspresif dan dinamis, Konsep ruang terkesan terbuka, Harmonisasi ruangan yang menyatu dengan ruang luar, Memiliki fasad transparan, Kenyamanan Hakiki dan Eksplorasi elemen lansekap area yang berstruktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Nur, M. (2017, November 15). *Tumbuh 25,68%, Pariwisata Indonesia Lampaui Pertumbuhan Asia Pasifik*. Dipetik Januari 22, 2018, dari JawaPos.com: <https://www.jawapos.com/read/2017/11/15/168616/tumbuh-2568-pariwisata-indonesia-lampaui-pertumbuhan-asia-pasifik>
- Pemerintah Kabupaten Lamongan. (2012). *RTRW Kabupaten Lamongan tahun 2011-2031*. Lamongan: Pemkab Lamongan.
- Peta Kota. (2017, Januari 1). *Peta Kota*. Dipetik Juli 19, 2018, dari Peta Kota: <http://peta-kota.blogspot.com/2017/01/peta-kabupaten-lamongan.html>
- Schirmbek, E. (1993). *Gagasan, Bentuk dan Arsitektur*. Bandung: Intermatra.
- Tri, A. (2017, November 15). *Wagub Jatim : Masa Depan Bisnis Pariwisata di Jatim Sangat Menjanjikan*. Dipetik Februari 22, 2018, dari bisniskini: <https://bisniskini.com/2017/11/15/wagub-jatim-masa-depan-bisnis-pariwisata-di-jatim-sangat-menjanjikan/>